

Forretningsplanen

Smith

Innovating construction



Forretningsplanen

Forretningsplanen giver et hurtigt og overskueligt indblik i forretningsideen, så det kan vurderes, om det er attraktivt at skyde kapital i virksomheden.

Forretningsplanens hovedelementer er:

- Kundefordele (Value proposition)
- Leverancer og milepæle
- Organisation og parter
- Finansiering og forretningsmodel
- Beskyttelse og exit
- Implementering
- Risikoanalyse

Smith

Innovating construction

Kunder og marked

Hvilken afgørende og unik ydelse tilbyder I kunden?

Hvad er produktets værdi for kunden i forhold til salgspris – også set i relation til konkurrerende/substituerende produkter.

Hvor stort er det samlede marked, og hvor stor en markedsandel kan opnås nu og om tre år?

Hvilke kundesegmenter skal produktet sælges til?

Hvem påvirker købsbeslutningsprocessen, og hvilke fordele/ulemper har løsningen for disse?

Smith

Innovating construction

Leverancer og milepæle

Hvad er hovedleverancerne? Opdel evt. disse for hhv. produkt, proces, salg og organisation.

Hvad er leverancernes naturlige rækkefølge?

Hvilke ”go/no-go” beslutninger kan identificeres?

Organisation og parter

Hvilke kompetencer er nødvendige hos

- Ledelsen - baggrund, erfaring, uddannelse mv.?
- Medarbejdere - baggrund, erfaring, uddannelse mv.?
- Strategiske samarbejdspartnere?

Angiv hvilke virksomheder, der er:

- Hovedejer
- Medejere/partnere
- Deltagere – potentielle deltagere og eksperter
- nteressenter

Organisation og parter

Tegn organisationsdiagrammet med angivelse af (gerne ved navns nævnelse):

- Styregruppe/bestyrelse
- Evt. Advisory Board
- Projektledelse
- Projektsupport
- Arbejdsgrupper
- Følge- og brugergrupper

Finansiering og forretningsmodel

Udfyld budgettet:

	Udvikling af produkt	Udvikling af processer	Udvikling af salg	Projektledelse og organisation
1. kvartal				
2. kvartal				
3. kvartal				
4. kvartal				
År 2				
År 3				
År 4-5				

Fordel, hvilke aktører der laver hvad ifht. ovenstående!

Smith

Innovating construction

Finansiering og forretningsmodel

Hvem er investorerne, og hvordan er ejerandelene fordelt?

Tegn hvordan ydelser og betaling flyder mellem parterne?

Smith

Innovating construction

Salgskanal

Hvordan skal ydelsen nå markedet?

- Har konsortiet adgang til de rette salgskanaler?
- Er der synergier ift. andre produkter i konsortiets portefølje?
- Har konsortiet de nødvendige ressourcer til at markedsføre produktet?
 - a) Mandskab og viden
 - b) Midler til markedsføring – særlig ved salg til slutbruger
- Kan I komme med konkrete eksempler på potentielle kunder – eller allerede indgåede aftaler?

Beskyttelse og exit

Hvordan beskyttes ideen - gennem:

- Patenter/mønsterbeskyttelse?
- Speciel viden nødvendig/hemmeligholdelse?
- Forspring i tid/hastig produktfornyelse?
- Lave omkostninger/lav pris?
- Høje entry-omkostninger?
- Andet?

NB! Personbundne ydelser er svære at beskytte og skalere!

Smith

Innovating construction

Beskyttelse og exit

Hvilke exit-muligheder er der for investorerne?

Hvor lang er tidshorisonten for at nå frem til exit?

Hvornår kan/skal (øvrige) eksterne partner spørges for at kunne indtræde med yderligere kapital og viden?

Øvelse: Præsentation af forretningsplanen

Forbered en 5 minutters skarp “Talk and walk”, der beskriver essensen i forretningsplanens hovedpunkter.

Skal være let at forstå for folk udefra. Forbered evt. “30 sek. elevatorspeech”, slogan, tegning af løsningen, prototype, rollespil, novelle, logo eller anden visuel formidling.

Vælg på forhånd en person der forbereder gennemgang.

Smith

Innovating construction